

報道関係各位

2019年7月23日

**オフィスで働く3万人以上を対象にした調査を実施  
「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」調査結果  
～金沢大学、コマニー、LIXILの産学共同研究会で、あるべきオフィストイレを追求～**

株式会社 LIXIL（本社：東京都千代田区、社長：大坪一彦、以下 LIXIL）は、国立大学法人金沢大学、ならびにコマニー株式会社（本社：石川県小松市、社長：塚本健太、以下コマニー）と共同で発足した「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」（座長：岩本健良 金沢大学人間社会研究域人間科学系准教授、以下本研究会）にて、オフィストイレにおける利用実態や利用意向について調査を実施しました。

本研究会では、「トイレ利用は、人間の尊厳にもかかわる人権のひとつである」という認識のもと、研究会メンバー3者の知見を掛け合わせることで、「オールジェンダーに対してあるべきオフィストイレ」を追求し、すべての人々のトイレ利用に関する人権が尊重される社会環境実現の一助となることをめざし活動をしてきました。

今回の調査では、性自認<sup>※1</sup>に関わらず、オフィスで働くすべての人が「安心して快適に利用できるオフィストイレ環境」を明らかにすることを目的に、オフィスで働く18歳～59歳の3万人以上を対象としたWEB調査を実施しました。トランスジェンダー<sup>※2</sup>の割合や就業状況、オフィスにおけるトイレ利用の実態、およびシスジェンダー<sup>※3</sup>のトランスジェンダーに対する意識などについて調査したほか、さらにインタビュー調査も実施しました。

調査の結果から、すべての人々が自分の利用したいトイレを利用する権利が尊重される社会環境の実現には、設備などハード面の整備だけでなく、研修等の教育により偏見をなくし、オフィスで働くすべての人が正しい知識とダイバーシティ&インクルージョンの視点を持つことも大切であることが改めてわかりました。

※1 自分の性別をどう認識しているか？という概念。

※2 出生時に付けられた性別（出生時に判断された性別。日本においては戸籍や住民票に記載され、男性または女性の二者択一）と性自認が一致しない人の総称。当研究会においては、WHOなど国際機関の報告書などを参考に、トランスジェンダーを「自身の性別を、出生時に付けられた性別とは異なるものとして認識している人」と定義し、調査分析を実施。

※3 出生時に付けられた性別と性自認が一致し、それに従って生きる人。

**「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」岩本座長メッセージ**

LGBTなどの性的マイノリティは数%の割合で存在するとされていますが、根強い差別や偏見がなお残り、その解消が今、強く求められています。ほとんどの職場にいるであろう性的マイノリティが、差別や偏見のない環境で生き生きと働くことができる条件整備は、喫緊の課題といえるでしょう。そのなかでも、特にトランスジェンダーのトイレ利用の問題は避けて通れない課題です。実際に、日本の職場におけるトイレ利用をめぐる訴訟も起こりました。

私どもはトランスジェンダーを含む3万人以上の方にご協力いただき、調査・分析を進めてきました。2018年10月には、その概要を調査報告会にて報告、2019年5月には、調査結果報告書をWEB上に公開しました。

本報告書が職場環境の改善、さらには、すべての人々のトイレ利用に関する人権が尊重される社会環境実現の一助となれば幸いです。

LIXILは、車いすユーザーや乳幼児連れ、高齢者、オストメイト、訪日外国人や性的マイノリティなどさまざまなユーザーのニーズに応える配慮を検討し、誰もが利用しやすいパブリックトイレの提案を行っています。今後も多様なニーズを大切にし、パブリックトイレのさらなる進化を目指した取り組みを継続していきます。

調査概要ならびに調査結果は、次頁の通りです。

## ■調査の概要

調査方法：①インターネット調査、②インタビュー調査

調査対象・内容：

① - i. トランスジェンダーの割合、就業状況や性的マイノリティに対する意識についての調査  
計 30,215 人（全国のオフィスで働く 18 歳～59 歳）

- ii. トイレの利用実態や利用意向、カミングアウト状況などについての調査

（①- i のうち、就業状況等の条件に該当する人に対し、①- ii の調査を実施）

シスジェンダー：計 824 人（20～59 歳、年代別に男女各 103 人）

トランスジェンダー：計 299 人（FTM:86 人/FTX:73 人/MTX:54 人/MTF:86 人）※1

② トイレ利用に関する意識や利用しやすいサインなどについての調査

シスジェンダー：計 10 人（男女各 5 人）

トランスジェンダー：計 8 人（FTM、FTX、MTX、MTF 各 2 人）※2

調査実施時期：①2017 年 10 月～11 月、②2017 年 12 月、2018 年 1 月

※1: SNS や複数の LGBT 当事者団体等（GID・トランスジェンダー当事者団体を含む）を通して回答数を補完。

※2: 出生時の戸籍性別と性自認（男性・X ジェンダー<sup>注</sup>・女性）の組合せから構成されるトランスジェンダー4 区分：

MTX：Male To X-gender, MTF：Male To Female, FTM：Female To Male, FTX：Female To X-gender

注) X ジェンダー：出生時に付けられた性別にかかわらず、性自認が男性/女性に二分できない人、男女の枠にとらわれない性のあり方の人。性自認は中性や、男女どちらにも属さない無性、どちらにも属する両性など、さまざま。

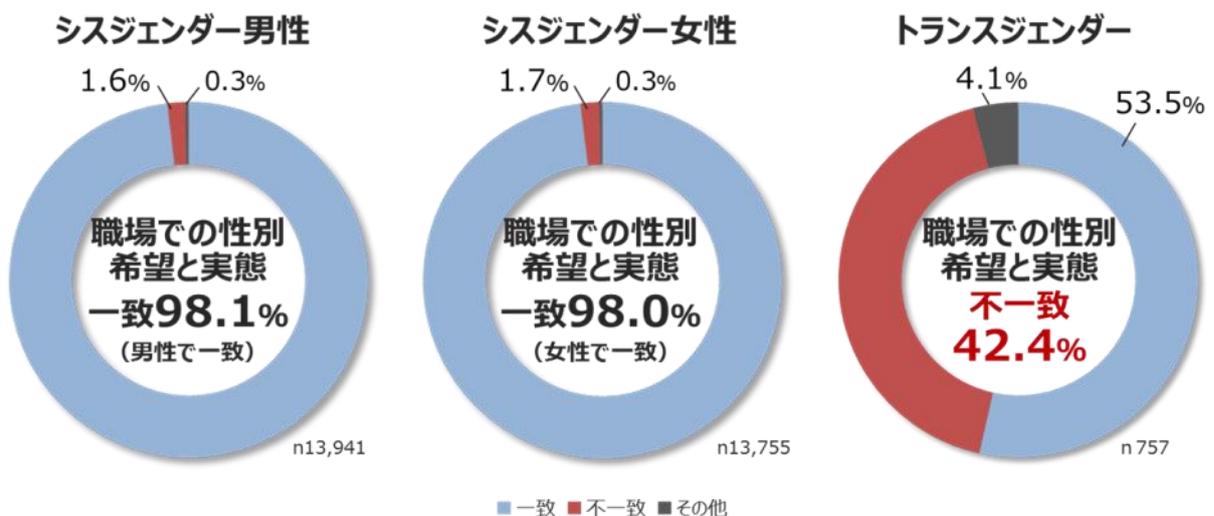
## ■調査結果概要

1) トランスジェンダーの 4 割以上が、働きたい性別で働くことができていない。

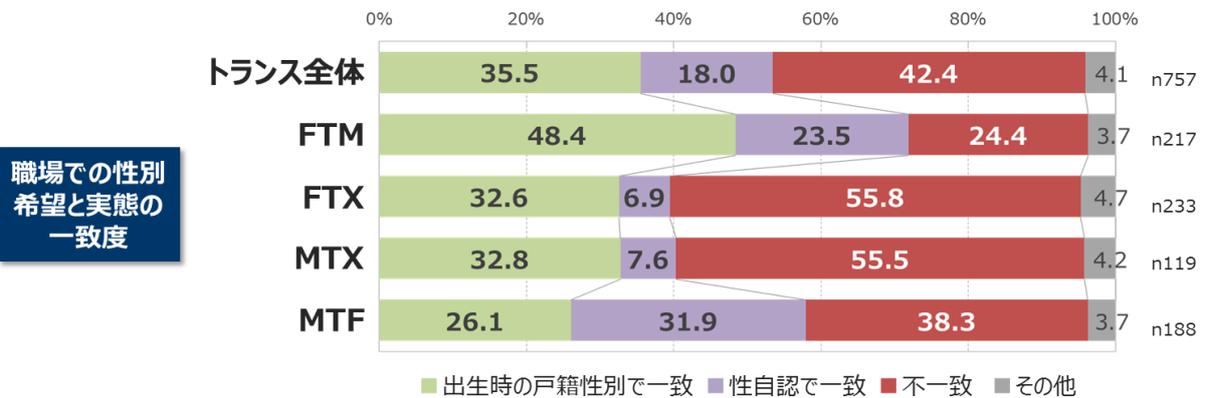
トランスジェンダーの働きたい性別（希望）と、実際に働いている性別（実態）を調査したところ、4 割以上が働きたい性別で働くことができていないことがわかりました。その傾向は、特に X ジェンダーで顕著でした。また、希望と実態が一致しているトランスジェンダーの中でも、「自認する性別」で働いている人は、全体の 2 割未満でした。

Q. あなたは、どの性別で働きたいと思いますか？（希望）／現在、どの性別で働いていますか？（実態）

（日本国内で働いていない人、および希望と実態のいずれか、または両方で「答えたくない」と回答した人を除く）



Q. あなたは、どの性別で働きたいと思いますか？（希望）／現在、どの性別で働いていますか？（実態）  
 （日本国内で働いていない人、および希望と実態のいずれか、または両方で「答えたくない」と回答した人を除く）



[凡例説明]

出生時の戸籍性別で一致：希望と実態の回答が、FTM・FTXでは女性、MTX・MTFでは男性で一致している場合。

性自認で一致：希望と実態の回答が、FTMでは男性、MTFでは女性、FTX・MTXではXジェンダー（中性・無性などを含む；以下同様）で一致している場合。

不一致：希望と実態の回答が一致しない場合。

その他

：【トランスジェンダー】希望と実態の回答が、FTM・MTFではXジェンダーで一致、FTXでは男性で一致、MTXでは女性で一致している場合、および「わからない・その他」で一致している場合。

【シスジェンダー】希望と実態の回答が、シス男性では女性、Xジェンダー、「わからない・その他」のいずれかで一致している場合。シス女性では男性、Xジェンダー、「わからない・その他」のいずれかで一致している場合。

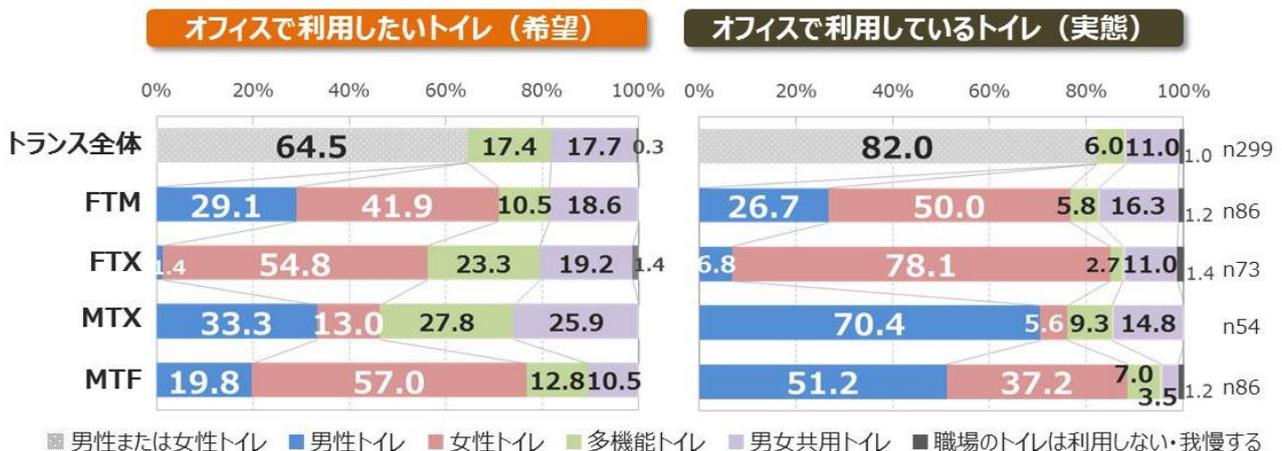
## 2) トランスジェンダーの約4割が、利用したいトイレを利用できていない。

トランスジェンダーがオフィスで利用したいトイレ（希望）と、実際に利用しているトイレ（実態）を調査したところ、その希望と実態はさまざまであり、約4割の人が利用したいトイレを利用できていないことがわかりました。

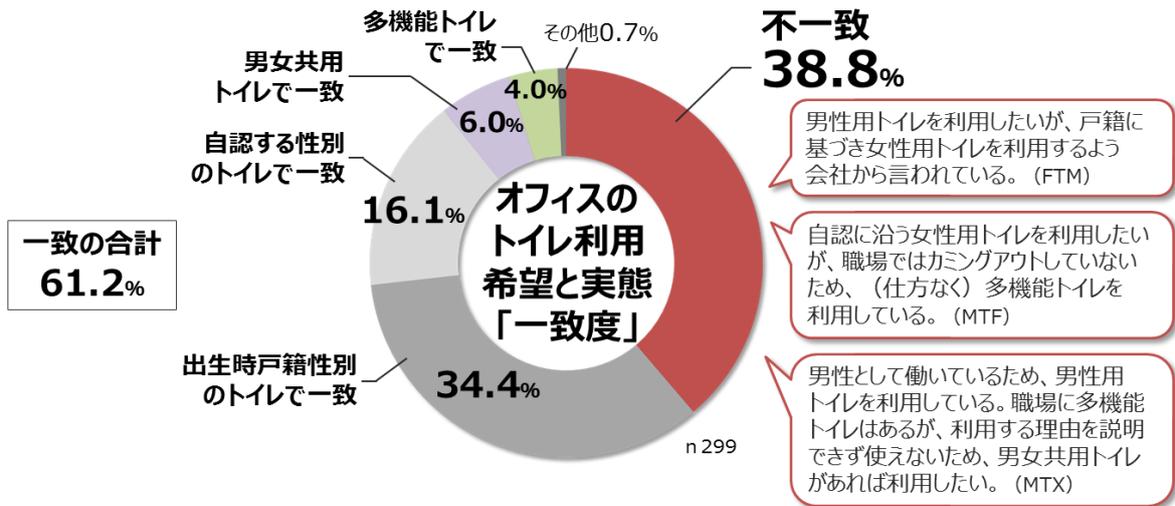
希望と実態が不一致の理由として「職場から、戸籍の性別トイレを利用するように言われている」「職場でカミングアウトしていないから、利用したいトイレを利用できない」などが挙げられました。また、希望と実態が一致している場合でも、「出生時戸籍性別のトイレで一致」、「自認する性別のトイレで一致」など、トランスジェンダーの中でも本人の希望によってさまざまなケースがあることがわかりました。

なお、これらの一致状況はトランスジェンダー全体の「職場での性別の希望と実態の一致度」とほぼ同じ傾向にあり、利用したいトイレを利用できるようにするためには、まずは働きたい性別で働けるような環境を整えることが重要であるといえます。

Q. あなたは、職場ではどのトイレを利用したいですか？（希望）／現在、職場では主にどのトイレを利用していますか？（実態）



Q. あなたは、職場ではどのトイレを利用したいですか？（希望）／現在、職場では主にどのトイレを利用していますか？（実態）



[凡例説明]

出生時戸籍性別のトイレで一致：希望と実態の回答が、FTM・FTX では女性用トイレ、MTX・MTF では男性用トイレで一致している場合。

自認する性別のトイレで一致：希望と実態の回答が、FTM では男性用トイレ、MTF では女性用トイレで一致している場合。  
※X ジェンダー用トイレはないため、FTX・MTX の場合は「自認する性別のトイレで一致」はない。

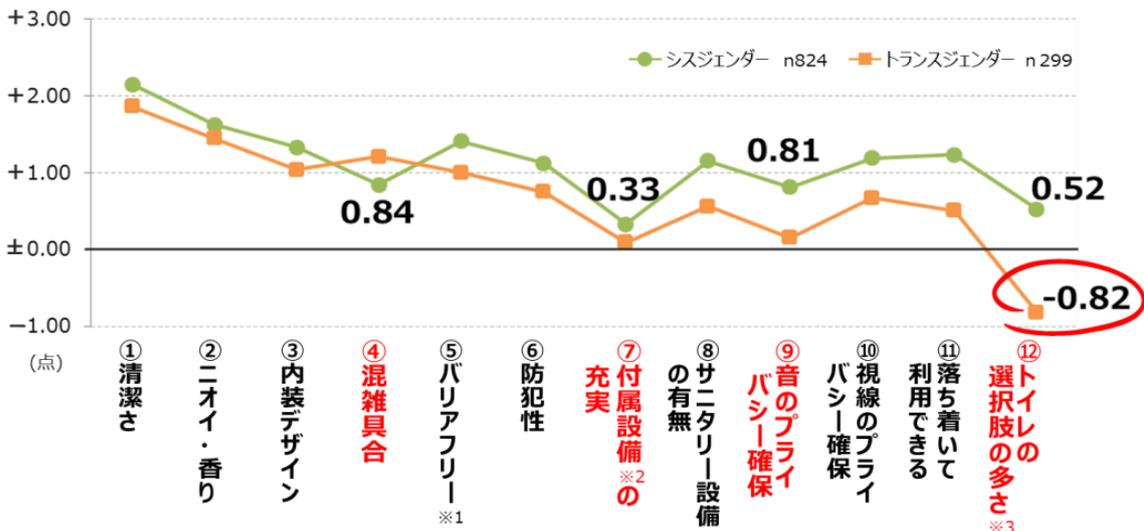
不一致：希望と実態の回答が一致しない場合。  
その他：希望と実態の回答が、FTX では男性用トイレで一致、MTX では女性用トイレで一致している場合、および「職場内のトイレはどれも使わない・我慢する」で一致している場合。

### 3) 誰もが利用しやすいオフィストイレにするには、「トイレの選択肢があること」が重要

普段利用しているオフィストイレの満足度（総合満足度）に影響を及ぼすと想定した 12 項目について、それぞれの満足度を±5 点評価で調査したところ、シスジェンダーよりもトランスジェンダーの方が全体的に低い評価点となりました。

また、12 項目中最も点数が低かったのは、トランスジェンダーでは「トイレの選択肢の多さ（男女別、多機能、男女共用など）」であり、唯一のマイナス評価でした。これは、シスジェンダーでも 2 番目に点数が低い項目で、シスジェンダー・トランスジェンダーともに利用しやすいオフィストイレにするには、「トイレの選択肢があること」が重要だと言えます。

Q. それぞれの項目についての満足度を、+5 点（満足）～-5 点（不満）の範囲でお知らせください。



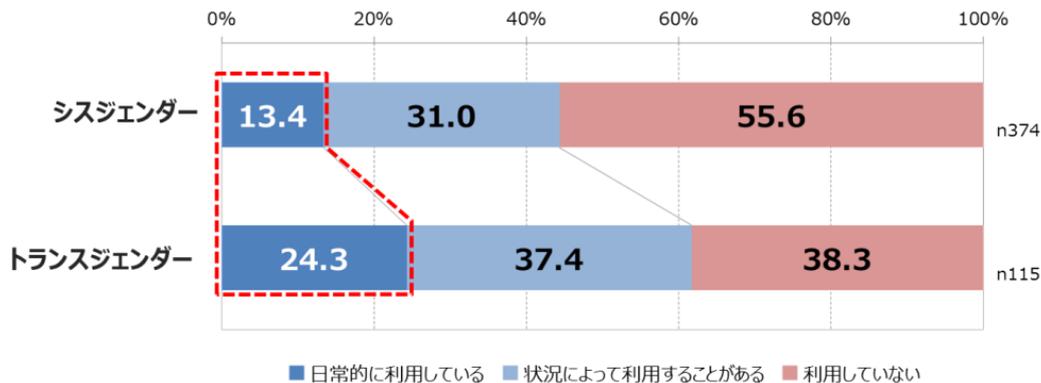
※1. 段差がない、手すりがついているなど、※2. 温水洗浄便座、パウダーコーナー、荷物置場など、※3. 男女別、多機能、男女共用など

#### 4) オフィスにおける「多機能トイレ」の利用状況

「選択肢」のひとつである多機能トイレについて、オフィスでの利用状況を調査したところ、シスジェンダーの1割以上、トランスジェンダーの2割以上が「日常的に」多機能トイレを利用していることがわかりました。「状況によって」を含めると、オフィスで多機能トイレを利用している人は、シスジェンダーでは4割以上、トランスジェンダーでは6割以上にのびました。

Q. あなたは、オフィスの多機能トイレを利用していますか？

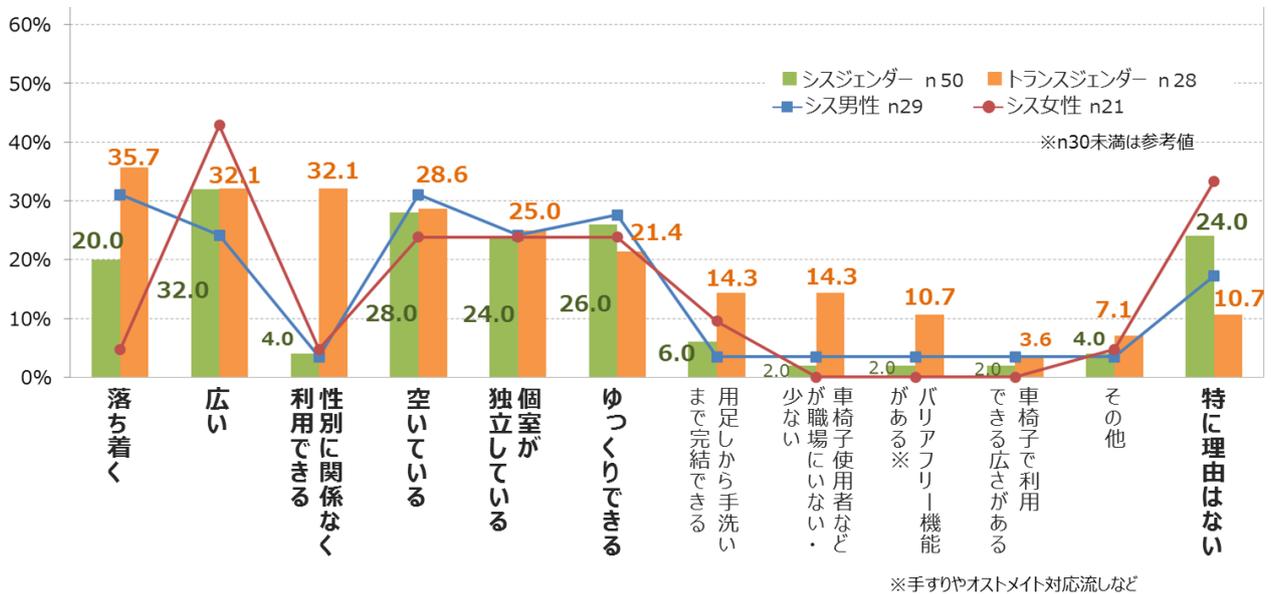
※働いているビルに多機能トイレが設置されていると回答した人のみ



「日常的に」利用する理由としては、「広い」「空いている」「個室が独立している」といった項目が、シスジェンダー・トランスジェンダー両者共に上位に挙がるなか、トランスジェンダーの場合は「落ち着く」「性別に関係なく利用できる」といった“心理的安心感”を求める理由が目立ちました。

Q. 職場の多機能トイレを日常的に利用する理由は？（複数回答）

※職場の多機能トイレを「日常的に利用している」と回答した人のみ



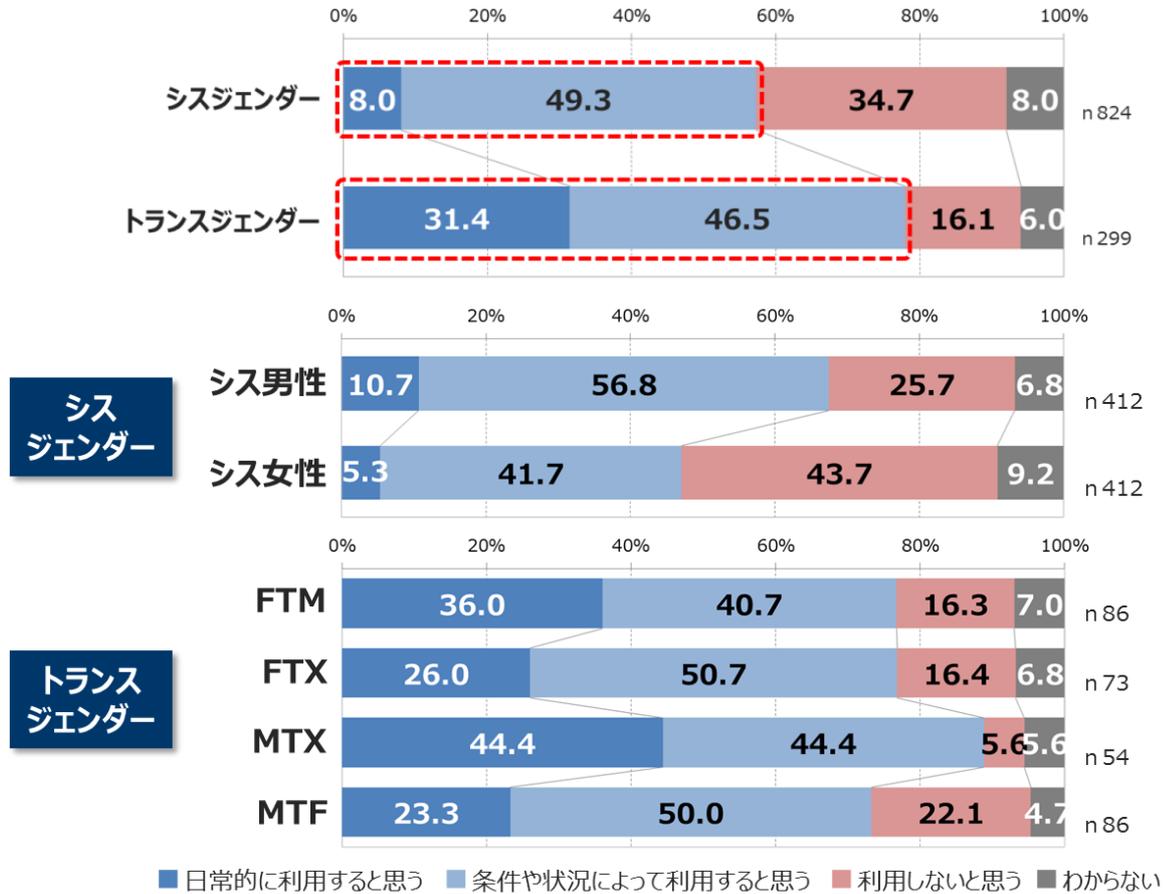
#### 5) オフィスにおける、「男女共用個室トイレ」の可能性について

さらに新たな選択肢として「男女共用個室トイレ」についても調査しました。多機能トイレとは異なり、小規模な飲食店やコンビニにあるような「男女共用の独立した個室トイレ」がオフィスにあったら利用するか？という問いに対し、シスジェンダーでは約1割、トランスジェンダーでは約3割が「日常的に利用すると思う」と回答。「条件や状況によって利用すると思う」と回答する人は、シスジェンダーでは約6割、トランスジェンダーでは約8割でした。

しかし、シスジェンダー、トランスジェンダーともに、性別・ジェンダーにより「利用意向」にはばらつきがみられました。

注) 労働安全衛生法に基づく事務所衛生基準規則 第3章 清潔, 第17条 (便所) 第1項第1号において「男性用と女性用に区別すること」と定められており、労働者が勤務する職場に男女共用トイレのみを設置することはできません。

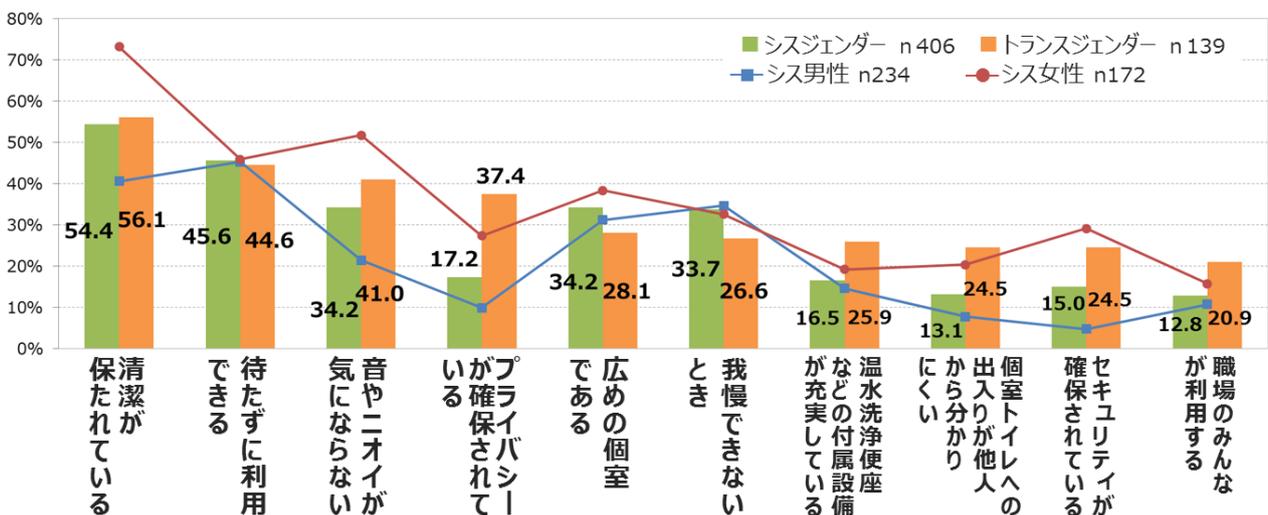
Q. あなたのオフィスに、「男女共用の個室トイレ」があったら、あなたは利用しますか？



さらに「条件や状況によって利用すると思う」と回答した人にその条件や状況を調査したところ、シスジェンダー、トランスジェンダー共にトップ3は「清潔が保たれている」、「待たずに利用できる」、「音やニオイが気にならない」でした。また、順位はひとつ違うものの、「広めの個室である」が両者とも5位以内に入りました。

Q. どのような条件や状況なら、オフィスの「男女共用の個室トイレ」を利用しますか？ (複数回答)

※選択肢 20 項目中、上位 10 までを表示

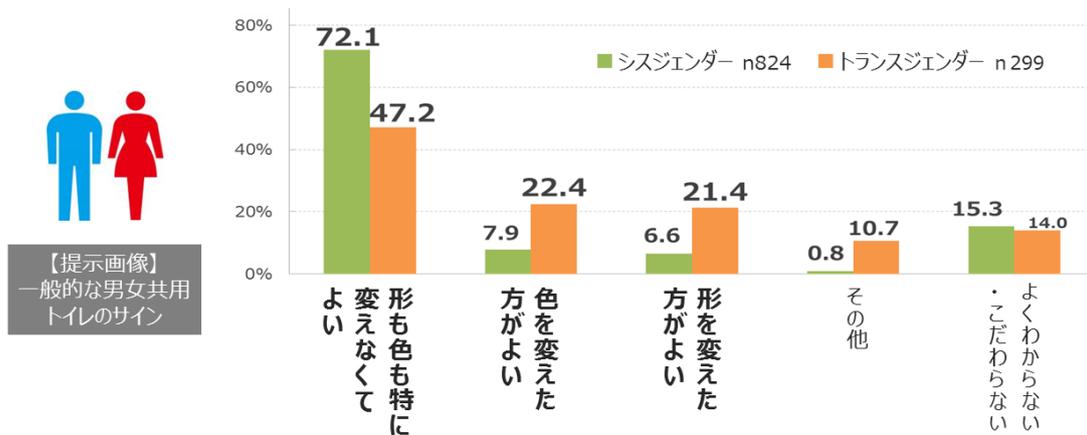


6) 男女共用トイレの一般的なサインについては、シスジェンダー・トランスジェンダー共に「変えなくてよい」が最多

男女共用トイレの一般的なサインについて、どう思うかを調査したところ、シスジェンダー・トランスジェンダーともに「形も色も特に変えなくてよい」と回答した人が最も多く、シスジェンダーでは7割以上、トランスジェンダーにおいても半数近くに上りました。

「変えなくてよい」と回答した人からは「広く浸透していてさまざまな人にわかりやすいので変えなくてよい」、「特別なマークは返って差別を助長する」という声が、「変えた方がよい」と回答した人からは「便器などの設備表示だけでよい」「男女同色など、ジェンダーを感じさせないものがよい」という声がそれぞれ聞かれました。

Q. 一般的な男女共用トイレのサインについて、どう思いますか？※オフィスに限らず。(複数回答)



また、インタビュー調査にて「性別を問わずに利用できる多機能トイレがオフィスにあった場合、どのようなサインがよいか？」について、公共トイレなどで実際に使われている多機能トイレのサイン数種類を提示して質問したところ、賛否両論の意見が挙がる中、「どなたでもご利用ください」など、誰でも利用できることが明記されていると利用しやすい、という声は共通でした。

なお、LGBT 等性的マイノリティを象徴すると言われる6色の虹のマークについては、「特別なものは不要」という意見があり、男女半々のサインについては、それ自体に強い不快感を示す声が目立ちました。



7) トランスジェンダーに対する偏見をなくすには、正しく知ることが重要

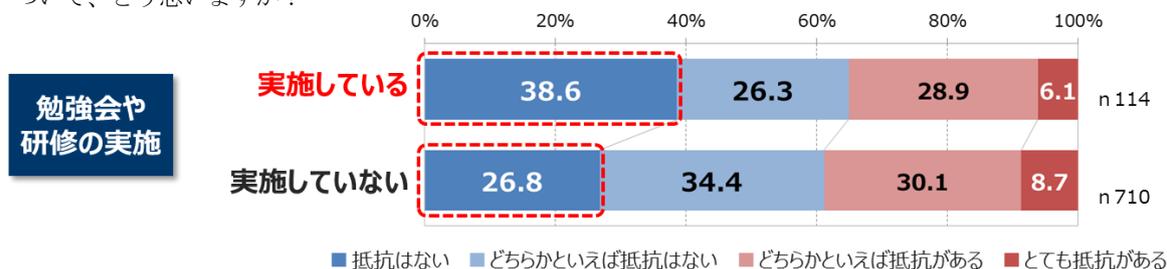
シスジェンダーを対象に、「あなたが利用している職場のトイレを、トランスジェンダーの人が心の性別（性自認）に沿って利用することについて、どう思うか？」について調査したところ、所属する会社等での「性的マイノリティに関する勉強会や研修」の実施状況\*により、「抵抗はない」と回答した人の割合に差がありました。「抵抗はない」と回答した人は、勉強会や研修を“実施している”と回答した人では約4割、“実施していない”と回答した人では約3割であり、10ポイント以上の差がありました。

※回答者が実際に研修を受けているかどうかまでは尋ねていない。

逆に「抵抗がある」と回答した人の理由としては、「なんとなく」「トランスジェンダーについて知らないから理解できない」「身近にいないからわからない」のように、トランスジェンダーについて知らない、知識がないことに起因するものが多くありました。

偏見をなくすためには、研修などにより正しい知識を普及させることが重要な施策だといえます。

Q. あなたが利用している職場のトイレを、トランスジェンダーの人が心の性別（性自認）に沿って利用することについて、どう思いますか？



## ■オフィストイレのオールジェンダー利用に関する意識調査 報告書（公開用資料）

<http://iwamoto.w3.kanazawa-u.ac.jp/allgender.html>

※調査概要、その他の調査結果および用語解説等は、上記に掲載しております。

## ■研究会の概要

名称 : 「オフィストイレのオールジェンダー利用に関する研究会」

参加メンバー : 金沢大学、コマニー、LIXIL

座長 : 金沢大学人間社会研究域人間科学系 岩本 健良 准教授

研究会の目的 : 性自認（Gender Identity）に関わらず、すべてのオフィスワーカーが「安心して、快適に利用できるオフィストイレ環境」を明らかにすること。

活動開始 : 2017年8月1日発足。その後各種活動を共同で実施。

本研究会では、当調査の実施を受け、各種学会などにて調査結果を報告しました。また、「2020 東京オリンピック・パラリンピックに向けたピクトグラム（図記号）のあり方検討事業」の意見交換会で委員として参加しピクトグラム作成に協力したほか、有識者を対象とした調査結果報告会を実施するなど、本知見に関して広く広報活動も行っています。

## ■座長プロフィール：

岩本 健良（いわもと たけよし） 金沢大学人間社会研究域人間科学系准教授

関西学院大学社会学部卒業、北海道大学大学院文学研究科修了。

専門分野：教育社会学、ジェンダー論。

主な業績：『教育とLGBTIをつなぐ』（共著：青弓社）、『ダイバーシティ時代の教育の原理』（共著：学文社）、「LGBT当事者アンケート調査：2600人の声から」（報告書：NHKオンライン）など

LGBT 法連合会参与

## ■LIXILについて

LIXILは、世界中の誰もが願う豊かで快適な住まいを実現するために、日々の暮らしの課題を解決する先進的なトイレ、お風呂、キッチンなどの水まわり製品と窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、提供しています。ものづくりの伝統を礎に、INAX、GROHE、American Standard、TOSTEMをはじめとする数々の製品ブランドを通して、世界をリードする技術やイノベーションで、人びとのより良い暮らしに貢献しています。現在70,000人超の従業員を擁し、世界150カ国以上で事業を展開するLIXILは、生活者の視点に立った製品を提供することで、毎日世界で10億人以上の人びとの暮らしを支えています。

LIXILなどのブランドを展開する、株式会社LIXILグループ（証券コード: 5938）は、2019年3月期に1兆8,326億円の連結売上高を計上しています。

LIXILについて：[www.lixil.com/jp](http://www.lixil.com/jp)、<https://www.facebook.com/lixilcorporation/>